

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Integritas

##### 1. Definisi Integritas

Secara bahasa integritas atau *integrity* berarti keutuhan, kebulatan, kejujuran, kesamaan antara hati, ucapan, dan tindakan. Integritas erat kaitannya dengan moral dan etika. Secara etimologi, kata integritas berasal dari bahasa latin yaitu *integer* (keseluruhan atau lengkap) yang berarti utuh, bulat, penuh suci atau bersih. Untuk itu integritas bisa dimaknai sebagai cara hidup yang bersih, sehat, dan damai sejahtera secara menyeluruh. Dengan kata lain, integritas berasal dari beberapa sudut pandang, seperti sudut pandang tradisi etika (*ethical tradition*) dan dalam hubungan etika (*ethical relationship*).<sup>1</sup> Integritas erat kaitannya dengan "etika" dan "moralitas" Ada beberapa perbedaan di antara kata-kata tersebut. <sup>2</sup> Moral dalam pengertian yang umum menaruh penekanan pada karakter dan sifat-sifat individu yang khusus, bukan pada aturan-aturan dan ketaatan. Misalnya: kebajikan-kebajikan, rasa kasih, kemurahan hati, kebesaran hati, dan sebagainya merupakan unsur moral yang penting, namun hal-hal itu tidak terdapat dalam hukum. Moral yang didasarkan atas karakter, cenderung berfokus pada apa yang istimewa dalam diri

---

<sup>1</sup>Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja Perbankan...*, hlm 5-6

<sup>2</sup>Ibid, hlm 7

seseorang. Etika pada umumnya didefinisikan sebagai suatu usaha yang sistematis dengan menggunakan rasio untuk menafsirkan pengalaman moral individual dan sosial sehingga dapat menetapkan aturan untuk mengendalikan perilaku manusia serta nilai-nilai yang berbobot untuk dapat dijadikan sasara dalam hidup.<sup>3</sup>

Menurut *Development Dimensions Internasional* (DID), integritas adalah menerima norma norma sosial, moral, dan organisasional; memegang teguh prinsip – prinsip moral (*maintaining social, ethical, and organizational norms; firmly adhering to codes of conduct and ethical principles*).

Sementara menurut *Hay Consultant*, integritas adalah konsistensi antara tindakan yang diyakini seseorang. Mengungkapkan maksud, gagasan dan perasaannya secara terbuka dan langsung juga menghargai keterbukaan dan kejujuran orang lain, bahkan dalam situasi sulit sekalipun (*integrity implies that one's actions are consistent with what one say is important; that is, he or she walks the talk'. Communicates intentions, ideas and feeling openly and directly and welcomes openness and honesty, even in difficult negotiations with external parties*).<sup>4</sup>

Stephen R. Covey mendefinisikan integritas sebagai hidup yang dilandasi pada prinsip (*being integrated around principles*). Integritas sendiri merupakan anak dari kerendahan hati (*humility*) dan keberanian

---

<sup>3</sup> Simorangkir, *Etika : Bisnis, Jabatan, Dan Perbankan*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003), hlm 3

<sup>4</sup> Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja Perbankan...*, hlm 76

(*courage*). Kerendahan hati berarti mengakui bahwa ada hukum alam atau prinsip yang mengendalikan alam semesta ini. Keberanian dibutuhkan ketika kita ingin hidup selaras dengan prinsip itu karena masih banyak norma sosial, moral, dan nilai-nilai di sekitar kita yang mengingkari prinsip tersebut. Dari integritas ini mengalir kebijaksanaan (*wisdom*) dan mentalitas berkelimpahan (*abundance mentality*).<sup>5</sup>

Dengan bersandar pada beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa esensi integritas adalah kejujuran, ketulusan, dan kesediaan memegang teguh standar moral yang tinggi. Integritas ditunjukkan oleh kesesuaian antara nilai-nilai yang dipegang dan kebiasaan kesesuaian antara perkataan dan perbuatan dan kesesuaian antara ungkapan dan perasaan. Integritas sangat diperlukan untuk menjamin agar kebebasan yang diberikan dapat dipakai secara bertanggung jawab. Integritas sangat diperlukan untuk membangun rasa saling percaya dalam sebuah perbankan.

## 2. Pokok-Pokok Integritas dan Perbankan

Perilaku pokok integritas menurut *Development Dimensions Internasional (DID)* adalah sebagai berikut:

- a) Berinteraksi dengan orang lain secara jujur dan terus terang; menyajikan informasi dan data secara tepat dan lengkap.

(*Demonstrate honesty-Deals with people in an honest and*

---

<sup>5</sup> Stephen R. Covey, *The 8th Habit From Effectiveness to Greatness*, (New York: Free Press, 2004), hlm 297

*forthright manner, represent information and data accurately and completely)*

- b) Bertindak sesuai dengan yang dijanjikan; tidak membocorkan rahasia. (*Keeps commitments-performs actions as promised; does not share confidential information*).
- c) Menjamin bahwa kata dan tindakannya konsisten; bertindak konsisten dalam segala situasi. (*Behaves consistently-ensures that words an actions are consistent; behaves consistently across situations*)

Selanjutnya, Hay Consultant, membagi integritas menjadi beberapa macam: <sup>6</sup>

- a) Terbuka dan jujur mengenai situasi pekerjaan (*is open and honest about work situation*), misalnya mengakui kesalahan yang dibuat, mengungkapkan informasi kelebihan maupun kekurangan pada produk perbankan yang dimiliki, *teller* mengembalikan uang lebihhandari seorang nasabah.
- b) Bertindak secara konsisten dengan nilai-nilai dan keyakinan (*takes actions which are consistent with values and beliefs*), misalnya melayani nasabah dengan tuntas meskipun harus mengorbankan waktu ataupun kepentingan pribadi.

---

<sup>6</sup> Burhanuddin Abdullah, Budaya Kerja Perbankan..., hlm 77

- c) Bertindak sesuai dengan nilai-nilai saat hal tersebut sulit dilakukan (*acts on values when it is not easy to do do*), misalnya menegur nasabah yang melakukan telat angsuran berkali kali.
- d) Bertindak berdasarkan nilai-nilai sekalipun hal tersebut mengandung biaya dan resiko yang cukup besar (*takes action based on values when significant cost or risk is associated with doing so*) misalnya tidak melakukan diskriminasi kepada nasabah maupun menyalah gunakan wewenang.

Kode etik profesional, penanganan *conflict of interest*, pemanfaatan wewenang, akuntabilitas dan tanggung jawab, pelayanan masyarakat, dan *human approach* merupakan indikator-indikator yang dapat digunakan untuk meraba posisi integritas seseorang dalam pekerjaan. Setiap profesi memiliki kode etik profesional yang harus dipatuhi. Etika ini perlu ada dalam diri seseorang dan dapat di amati dalam perilaku keseharian. Karyawan bisa saja berbicara (*lip service*), namun pewawancara dapat menguji aspek yang paling dijunjung tinggi oleh karyawan. Hal – hal yang dapat ditanyakan untuk meraba integritas berkaitan dengan kode etik profesional, misalnya (1) Apakah pernah mengalami kasus seputar etika; (2) Seberapa jauh keterlibatannya dalam kasus tersebut; (3) bagaimana cara melaksanakannya.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Ibid, hlm 40

Kim et al. Dalam bukunya *Trust, Risk and Benefit in Electronic Commerce* mengemukakan bahwa integrity dapat dilihat dari sudut kewajaran (*fairness*), pemenuhan (*fulfillment*), kesetiaan (*loyalty*), keterus-terangan (*honestly*), keterkaitan (*dependability*), dan kehandalan (*reliabilty*).<sup>8</sup>

*Fairness*, atau kewajaran berarti seluruh pemangku kepentingan harus memiliki kesempatan untuk mendapatkan perlakuan adil dari pihak perbankan. Semua pihak harus melakukan keterbukaan pada setiap transaksi agar tidak mengandung benturan kepentingan.<sup>9</sup>

*Fulfillmen*, pemenuhan atau respon konsumen . Penilaian akan fitur atau suatu layanan, atau menyangkut produk atau layanan itu sendiri yang menciptakan suatu kesenangan dari suatu konsumsi. *Loyalty* atau kesetiaan dari nasabah dapat dilihat dari seberapa lama nasabah menjalin hubungan dengan pihak perbankan. Mengatakan hal yang positif mengenai perbankan merupakan suatu hal yang dirasakan oleh nasabah yang dimana memberikan tanggapan yang positif mengenai loyalitas nasabah. *Honestly*, merupakan nilai dasar yang harus dimiliki individu dalam organisasi, baik kejujuran terhadap diri sendiri, orang lain, konsumen, maupun *stakeholder*. Nilai kejujuran dalam perbankan sangat dijunjung tinggi dalam hal memperoleh kepercayaan.

*Dependability* merupakan suatu kemampuan perbankan dalam

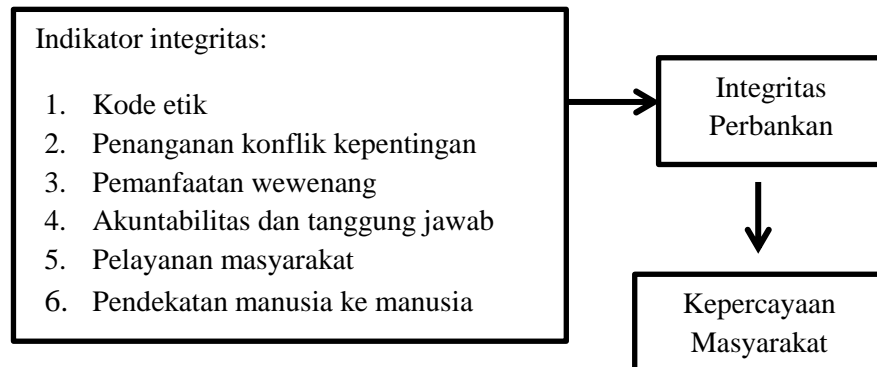
---

<sup>8</sup> David Wong, *Pengaruh Ability Benevolence dan Integrity Terhadap Trust Serta Implikasinya Terhadap Pelanggan E-Commerce : Studi Kasus Pada Pelanggan E-Commerce Di UBM*, Jurnal UBM Vol.2, No.2, Juni 2017, hlm 155-168

<sup>9</sup> Agus Arjianto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm 128

pemenuhan atas janji dan ketepatan atas layanan yang diberikan. Adapun *dependability* adalah pelayanan bank yang mengutamakan pemberian solusi kepada nasabah dan bukan sekedar menjalankan SOP. *Reliability*, menunjukkan pada kemampuan untuk mengerjakan jasa secara akurat dan dapat dipercaya. Dalam dunia perbankan, dimensi *reliability* terlihat pada pelayanan sehari-hari, misalnya *teller*. Pelayanan pembukuan secara akurat, baik jumlah maupun rekening yang benar. Jika pada periode waktu tertentu kesalahan dilakukan oleh *teller* semakin banyak, maka akan menurunkan pandangan dari nasabah mengenai aspek kepercayaan.<sup>10</sup>

Menurut Burhanudin kerangka konseptual dari Integritas adalah sebagai berikut:



Sumber: Buku Budaya Kerja Perbankan, 2006

Integritas diri individu akan diuji pada lingkungan kerja, kantor pemerintahan, dan masyarakat luas. Ada banyak godaan untuk melakukan perbuatan menyimpang dan merugikan kepentingan umum

<sup>10</sup> Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja Perbankan...*, hlm 149

demis kepentingan pribadi atau kelompok. Integritas mencerminkan kualitas seorang individu dalam kejujuran berpikir, berbuat, dan kemampuan dalam memperoleh kepercayaan orang lain.<sup>11</sup> Mematuhi kode etik perbankan merupakan salah satu ciri memiliki integritas yang tinggi. Seorang bankir tidak akan menyalahgunakan wewenangnya demi kepentingan pribadi maupun keterlibatan dalam konflik interest.<sup>12</sup>

Ada dua aspek penting dalam integritas. Pertama integritas bukanlah sekedar huruf yang diucapkan. Integritas membutuhkan tindakan aktif yang didasarkan pada pertimbangan rasional. Orang yang memiliki integritas memiliki keinginan untuk berubah seiring dengan peningkatan pengetahuannya. Kedua, integritas melibatkan tindakan yang berdasarkan pada moral berarti kode prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang ada selama keberadaan makhluk rasional.

Integritas dalam organisasi dapat terbentuk dengan adanya integritas individu-individu yang berkaitan dengan organisasi, misalnya karyawan. Orang yang memiliki integritas tinggi akan lebih inovatif dan produktif dibandingkan dengan orang yang memiliki integritas rendah. Hal ini dikarenakan orang yang memiliki integritas tinggi cenderung menganggap bahwa inovasi dan produktivitas merupakan tujuan hidup untuk dapat berusaha lebih.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Ibid, hlm 34

<sup>12</sup> Razmy Humriz, *Memahami Motif Dan Mengantisipasi Penyalahgunaan Wewenang Dalam Bisnis Perbankan*, ( Jakarta: PT Gramedia, 2014), hlm 99

<sup>13</sup> Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja Perbankan...*, hlm 37



Integritas merupakan sisi kejujuran, sikap tanggung jawab, transparansi, dan akuntabilitas yang akhirnya menciptakan keandalan (*reliability*), kredibilitas dan efektifitas. Akuntabilitas berkaitan dengan sejauhmana seseorang bersedia mempertanggung jawabkan tindakannya. Integritas dapat mewujudkan ketenangan dan ketentraman dalam hidup. Kesesuaian antara kata-kata dan perbuatan merupakan hal yang esensial dalam kehidupan bermasyarakat maupun berbisnis. Demikian halnya pada industri perbankan. Apabila sebuah bank tidak lagi dipercaya, cepat atau lambat bank tersebut akan ditinggalkan oleh nasabahnya. Karena itu, menjaga integritas serta komitmen dalam industri perbankan sangat penting mengingat hal tersebut terkait dengan kredibilitas dan tingkat kepercayaan masyarakat kepada industri perbankan.<sup>14</sup>

Pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan nasabah melalui segala aktifitas perbankan. Memenuhi kebutuhan nasabah dan memberikan pelayanan yang baik berkaitan dengan komitmen kejujuran perbankan dalam mencerminkan integritas yang baik.

Pendekatan manusia antar manusia berhubungan erat dengan proses komunikasi antara pihak perbankan dan nasabah. Bagaimana antusiasme pemenuhan kebutuhan, ucapan dan tindakan sehingga melahirkan sinergi integritas. Proses interaksi yang dilakukan berupa komunikasi persuasif yang melibatkan psikologi, perasaan dan pikiran

---

<sup>14</sup> Ibid, hlm 105

manusia. Unsur utama dalam proses integrasi adalah komunikasi. Komunikasi sebagai alat penghubung antar individu satu dan individu lainnya, antar nasabah dan perbankan.

## B. Religiusitas

### 1. Definisi Religiusitas

Religiusitas berasal dari bahasa latin *relegare* yang berarti mengikat secara erat atau ikatan kebersamaan. Religiusitas adalah sebuah ekspresi spiritual seseorang yang berkaitan dengan sistem keyakinan, nilai, hukum yang berlaku dan ritual. Religius merupakan aspek yang telah dihayati oleh individu didalam hati, getaran hati nurani dan sikap personal. Religiusitas adalah peraturan yang mengatur keadaan manusia maupun mengenai sesuatu ghaib, mengenai budi pekerti dan pergaulan hidup bersama.<sup>15</sup>

Menurut Magill yang dikutip oleh Asraf, "*Religiosity is a person's attitude toward religion in general, more specifically, the intensity of way in which a person is religious*". Secara umum religiusitas dipandang sebagai sikap seorang individu dalam menyikapi sebuah agama, akan tetapi lebih dalam dari itu merupakan sikap dan perilaku seseorang secara menyeluruh terhadap agama atau aliran yang diyakininya.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Nidaul Chusna, *Pengaruh Religiusitas Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Magelang*, (Salatiga : Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016), hlm 26-27

<sup>16</sup> Yoiz Shofwa, *Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto*, Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Purwokerto Vol.4, No.1 Januari - Juni 2016

Perilaku yang dapat mendatangkan manfaat komprehensif, baik di dunia maupun di akhirat dapat dicapai melalui konsep syariah, akan tetapi syariat tersebut harus diaplikasikan melalui bantuan akal, karena akal dapat menimbang hal-hal yang perlu dan bahkan wajib dilakukan dan yang harus ditinggalkan. Perilaku manusia sebenarnya cukup dengan perilaku agama saja melalui konsep syariah tersebut, karena konsep tersebut bersifat representatif, dan secara otomatis perilaku tersebut telah dilandasi iman yang menjadi dasar utama.<sup>17</sup>

Iman atau keyakinan melahirkan rasa “aman” yaitu kondisi yang bebas dari ancaman atau situasi tanpa kekhawatiran yang membelenggu dirinya sehingga ditangan mereka segala sesuatu tidak akan cedera dan rusak. Bila seseorang bisa dipercaya (iman kredibel) dan ditangannya segala sesuatu akan terpelihara dengan aman, maka orangpun akan merasakan tentram (*mutmainah*) karena merasakan ada jaminan yaitu iman dan aman. Amanah berasal dari prinsip iman. Sehingga, kewajiban atau tanggungan yang tidak berasal dari prinsip iman bukan amanah melainkan tiran (*thaghut*), yaitu pemaksaan yang tidak berdasarkan prinsip iman.<sup>18</sup>

Religiusitas dapat digambarkan sebagai wujud konsistensi antara kepercayaan terhadap agama sebagai unsur kognitif perasaan agama sebagai unsur afektif dan perilaku agama sebagai unsur psikomotorik. Religiusitas merupakan integrasi secara kompleks antara

---

<sup>17</sup> Suparman Syukur, *Etika Religius*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm206-207

<sup>18</sup> Toto Tasmara, *Kecerdasan Ruhaniah (Membentuk Kepribadian yang bertanggung Jawab, Profesional, dan Berakhlak)...t*, hlm 2-3

pengetahuan agama, perasaan serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang pada semua aspek kehidupan.<sup>19</sup>

Religiusitas seseorang yang diaplikasikan dalam berbagai dinamika kehidupan bertujuan untuk mencapai kesempurnaan (*ahsanu al-taqwim*) seorang hamba dihadapan otoritas *Supreme Being*, Tuhan Yang Adil Kodrati.<sup>20</sup> Spesifikasi yang hendak dicapai bukan saja seseorang yang mantap agamanya (*havin religion*) akan tetapi mampu mengutkan mereka dalam segala perbuatannya (*being religious*). Oleh karena itu perbankan syariah hadir sebagai salah satu alternatif masyarakat muslim.

## 2. Faktor-Faktor Religiusitas

Menurut pendapat Weber dalam *The Sociology of Religion* bahwa bentuk dasariah perilaku yang dimotivasi faktor-faktor religius atau magis yang sangat penting bagi fungsi sosial agama dalam kontrol terhadap harta yang ada dalam keluarga dan organisasi bagaikan tubuh dalam ranah kehidupan sosial.<sup>21</sup> Komitmen agama merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi konsumen di pasar, yang menunjukkan sejauh mana satu orang menganut nilai-nilai yang stabil dan pragmatis yang tidak sering kali berubah, yang sering disitilahkan sebagai religiusitas. Komitmen keagamaan bervariasi dari individu

---

<sup>19</sup> Dedi Iskamto dan Yulihardi, *Analisis Peranan Religiusitas Terhadap Kepercayaan Kepada Perbankan Syariah*, Jurnal Kajian Ekonomi Islam Vol. 2, Nomor 2, Febuari2017, hlm 207

<sup>20</sup> Suparman Syukur, *Etika Religius...*, hlm 41

<sup>21</sup> Bryan S. Turner, *Relasi Agama Dan Teori Sosial Kontemporer*, (Yogyakarta: IRCiSoD, 2006), hlm 12

satu dengan individu lainnya. Sementara, orang-orang religius sangat mengikuti prinsip-prinsip agama mereka seperti teratur melaksanakan ibadah, berkomitmen kuat pada ajaran agama dan asosiasi kelompok, sebaliknya individu yang memiliki kepercayaan dan prinsip agama lemah merasa bebas untuk berperilaku dengan cara lain. Dengan demikian, perbedaan derajat kepatuhan individu untuk berkomitmen pada agama secara langsung berdampak pada perilaku pilihan di pasar dan kewajiban untuk merek tertentu. Nilai-nilai agama yang kuat dalam diri individu apabila juga dipresentasikan dalam produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan atau organisasi akan menimbulkan kesan sesuai antara individu tersebut dengan produk atau jasa yang ditawarkan.<sup>22</sup>

Menurut Glock dan Stark dikutip oleh Ancok dalam buku yang berjudul Psikologi Islam mengemukakan bahwa konsep religiusitas mempunyai 5 dimensi pengukuran yaitu : *Ideological Involvement*, *Ritualistic Involvement*, *Intellectual Involvement*, *Consequential Involvement*, dan *Experimental Involvement*, penjelasannya adalah sebagai berikut:<sup>23</sup>

1. Dimensi idiologis/keyakinan berkenaan dengan seberapa tingkat keyakinan seseorang terhadap kebenaran ajaran agamanya, terutama terhadap ajaranajaran yang fundamental atau bersifat

---

<sup>22</sup> Handayani et.al, *Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Melalui Kepercayaan Merek*, Jurnal Manajemen Vol. 6, No. 2, September 2018, hlm 153

<sup>23</sup> Wahyu Utami et.al, *Analisis Pengaruh Religiusitas Kelompok Referensi Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Banjarmasin*, Jurnal Manajemen Vol. 3, No. 1, Februari 2015, hlm 144

dogmatis. Dalam Islam, isi dari dimensi keyakinan adalah menyangkut keyakinan tentang adanya Allah, Malaikat, Rasul/ Nabi, kitab Allah, surga, neraka, qodho dan qodar.

2. Dimensi ritualistik/praktik berkenaan dengan seberapa tingkat Kepatuhan seseorang dalam mengerjakan kegiatankegiatan ritual Sebagaimana diperintahkan atau dianjurkan oleh agama yang. Dalam Islam, isi dimensi ritualistik/praktik meliputi kegiatankegiatan seperti pelaksanaan shalat, puasa, haji (bila berkemampuan), pembacaan Al Qur'an, pemanjatan doa, dan lain sebagainya.
3. Dimensi eksperiensial/pengalaman berkenaan dengan seberapa tingkat seseorang dalam merasakan dan mengalami perasaanperasaan dan pengalaman religius. Dalam Islam, isi dimensi eksperiensial/ pengalaman meliputi perasaan dekat dengan Allah, dicintai Allah, doa-doa sering dikabulkan, perasaan tenteram dan bahagia karena menuhankan Allah, dan diselamatkan dari musibah, menerima pendapatan yang tidak terpikirkan sebelumnya, seperti hibah, hadiah, dan warisan.
4. Dimensi intelektual/pengetahuan berkenaan dengan seberapa tingkat pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap ajaran agamanya, terutama mengenai ajaran pokok sebagaimana termuat dalam kitab sucinya. Dalam Islam, isi dimensi intelektual/ pengetahuan meliputi pengetahuan tentang isi Al-Quran, pokok-

pokokajaran yang harus di imani dan dilaksanakan, hukum Islam, dan pemahaman terhadap kaidah-kaidah keilmuan ekonomi Islam/perbankan syariah.

5. Dimensi pengamalan/konsekuensi berkenaan dengan seberapa tingkat seseorang dalam berperilaku yang dimotivasi oleh ajaran agamanya. Perilaku yang dimaksud adalah perilaku duniawi, yakni bagaimana individu berhubungan dengan dunianya. Dalam Islam, isi dimensi pengamalan/konsekuensi meliputi perilaku suka menolong, berderma, menegakkan kebenaran dan keadilan, berlaku jujur, menjaga amanat, menjaga lingkungan, tidak mencuri, tidak berjudi, tidak menipu, berjuang untuk kesuksesan hidup menurut ukuran Islam, dan mematuhi serta menjalankan norma-norma Islam dalam berbudaya, bermasyarakat, berpolitik, dan berekonomi secara non-riba.

### **C. Kepercayaan**

Dinamika kepercayaan yang sesungguhnya didasari oleh prinsip memberi dan menerima yang bersifat timbal balik dan berkelanjutan, yang mengakui kekuatan peran aktif konsumen secara kontinu. Kepercayaan adalah fondasi yang menimbulkan respek dan kekuatan. Hal utama yang mendasari penilaian orang terhadap perusahaan adalah kepercayaan.<sup>24</sup>

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berbasis kepercayaan masyarakat. Kepercayaan masyarakat akan terbentuk jika perbankan

---

<sup>24</sup> Marc Gobe, Citizen Brand... hlm 59-61

memiliki integritas.<sup>25</sup> Etika perbankan di bidang kepercayaan masyarakat adalah bentuk dari fungsi perbankan. Undang - undang mengartikan bank sebagai lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran lembaga keuangan adalah semua badan yang melalui kegiatan-kegiatannya di bidang keuangan menarik uang dari masyarakat dan menyalurkannya/ menjualnya kepada masyarakat. Sesuai dengan pengertian bank dalam undang- undang tersebut, tugas bank/komersial ialah:

- 1.operasi perkreditan aktif,
- 2.operasi perkreditan yang pasif
- 3.usaha bank sebagai perantara di bidang perkreditan dan memberi jasa-jasa perbankan.<sup>26</sup>

Yang dimaksud dengan operasi kredit aktif ialah penciptaan atau pemberian kredit yang dilakukan oleh bank. Pemberian kredit harus didasarkan kepercayaan dan saling menguntungkan. Dalam pelaksanaan permohonan kredit secara umum didasarkan pada 4C yaitu:

- 1 *character*
- 2 *capacity*
- 3 *capital*,
- 4 *collateral*.

Masalah *character* berhubungan erat dengan kemauan menepati kewajiban/janji terhadap bank, khususnya untuk membayar kembali suatu

---

<sup>25</sup> Burhanuddin Abdullah, *Budaya kerja Perbankan...*, hlm 35

<sup>26</sup> Simorangkir, *Etika : Bisnis, Jabatan, Dan Perbankan...*, hlm 162



utang bersama bunganya tepat pada waktunya. Berbicara tentang kepercayaan, masalah character yang kita tonjolkan Walaupun *capacity* dan *capital* dimiliki oleh debitur, tetapi ia tidak berkemauan yang baik mengembalikan kreditnya, berarti bank yang dirugikan. Pengertian *capacity* berhubungan erat dengan kemampuan debitur mengelola pinjaman yang diberikan oleh bank. Pengertian *capital* berhubungan dengan soal keuangan dan permodalan si peminjam. Soal *collateral* menyangkut jaminan yang merupakan pengamanan terakhir dari kredit yang diberikan. Debitur menggunakan pinjaman itu antara lain untuk memperluas produksinya dengan harapan akan memperoleh keuntungan uang lebih besar. Bank mengharapkan debitur sebagai usahawan, maju dengan pesat. Jika nasabah usahanya berkembang, kemungkinan sebagian dananya disimpan di bank.<sup>27</sup>

Bank menggunakan simpanan atau dana pihak ketiga sebagai modal kerja. Umumnya modal sendiri lebih kecil dari modal kerja. Jelaslah bagi kita, kehidupan suatu bank benar-benar atas kepercayaan masyarakat. Bank sebagai *agent of development* dapat disamakan dengan sungai yang memiliki selokan-selokan. Sawah-sawah disamakan sebagai nasabah bank. Di musim kering sawah-sawah membutuhkan air agar padi jangan sampai mati. Dalam hal ini air diperoleh dari sungai melalui selokan. Di musim hujan sawah kelebihan air. Air yang berlebihan itu disalurkan ke sungai melalui selokan. Demikian juga dengan bank jika nasabah perusahaan

---

<sup>27</sup> Ibid, hlm 162-163

kekurangan dana uang dapat meminjamnya dari bank. Sewaktu-waktu ia memiliki kelebihan dana/uang yang tidak segera dibutuhkan oleh usahanya, agar uang tersebut jangan sampai menganggur, maka disimpan di bank berupa giro, deposito berjangka atau bentuk simpanan lainnya. Uang/dana ini disimpan di bank yang dapat dipercaya.<sup>28</sup>

Bank sebagai pemberi jasa-jasa harus juga terpercaya. Pemberi jasa antara lain pengiriman uang, inkaso (*collection*), informasi, dan lain-lain. Uang yang dikirimkan oleh bank atas perintah nasabah, nilainya tidak boleh berubah, pengirimannya tepat pada waktu dan alamat. Penagihan (*collection*) uang atas perintah nasabah, nilai uang tidak boleh berubah. Demikian juga waktu dan alamat yang diperlukan harus tepat dan benar. Setiap informasi yang diberikan oleh bank harus dapat dipercaya dan tidak boleh memberikan informasi yang mengandung kebohongan.

Dalam rangka melaksanakan kepercayaan masyarakat, dengan sendirinya bankir Indonesia harus memenuhi berbagai syarat. Pengertian bankir mencakup komisaris, direktur utama, direktur, kepala urusan, kepala bagian, pemimpin cabang atau wakilnya, karyawan (*teller, customer service, satpam, dll*). Menjadi bankir sebaiknya dipenuhi syarat-syarat tersebut di bawah ini:<sup>29</sup>

- 1 Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa
- 2 Setia kepada Pancasila

---

<sup>28</sup> Ibid, hlm 163

<sup>29</sup> Ibid, hlm 164

- 3 Berwibawa
- 4 Jujur
- 5 Cakap/ahli
- 6 Adil

Dewasa ini perlu ditanamkan kepada calon-calon bankir Indonesia yang berbakat. Bahwa dalam pengertian positif ditinjau dari segi moral ialah melaksanakan tugasnya dengan ikhlas dan dedikasi yang tinggi, jujur, terpercaya, perbuatannya tidak tercela. Pengertian perbuatan yang tidak tercela misalnya: pemalsuan, penggelapan, pencurian, penyuapan, dan perbuatan lain yang bertujuan menarik keuntungan material bagi dirinya. Moral keningratan inilah harus dimiliki oleh bankir Indonesia. Moral keningratan harus merupakan suatu norma, etika dalam menilai seseorang sebagai tipe bankir ideal dalam masyarakat Indonesia.<sup>30</sup>

Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya, bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan dan kualitas ke amanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif.<sup>31</sup>

Untuk meningkatkan citra perbankan maka bank perlu menyiapkan personil yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya.

---

<sup>30</sup> Ibid, hlm 166

<sup>31</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hlm 216-

Personil yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah inilah kita sebut *Customer Service* (CS) atau ada juga yang menyebutnya *services asistensi* (SA). Pada prinsipnya semua atau seluruh pegawai bank mulai dari *cleaning service*, satpam sampai kepada direktur utama bank harus menjadi *Customer Service*. Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berbasis kepercayaan masyarakat.

Kepercayaan masyarakat terbentuk jika perbankan memiliki integritas yang baik.<sup>32</sup> Hal ini tercermin pada salah satu jargon dalam dunia perbankan yang berbunyi “*my word is my bond*” yang pada intinya mengandung makna bahwa seorang bankir akan senantiasa memenuhi janji sesuai dengan yang dikatakan. Sebagai ilustrasi dapat dikemukakan bahwa seorang nasabah menginginkan uang yang disimpan di bank selalu dalam keadaan aman dan tidak mengalami kesulitan menarik uangnya kembali saat memerlukan. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap industri perbankan sangat tergantung pada performa dan integritas industri perbankan itu sendiri.<sup>33</sup>

Konsep kepercayaan adalah nilai inti yang mengatur hubungan sosial antar manusia (*hablumminannas*), karena setiap orang bertanggung jawab untuk perbuatan dia di masyarakat. Ukhuwah tidak dapat berjalan tanpa dilandasi adanya rasa kepercayaan. Dalam organisasi bisnis, wujud kepercayaan dapat diwujudkan dengan *syura* (konsultasi) dan pelimpahan wewenang atau delegasi kepada karyawan. Pemimpin adalah *amiin* atau

---

<sup>32</sup>Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja Perbankan...*, hlm 34

<sup>33</sup> Ibid, hlm 106

wali, yang harus menghormati kepercayaan yang diberikan padanya oleh atasan dan bawahan mereka. Setiap tindakan penyalahgunaan sumber daya atau kesalahan manajemen dipandang sebagai pelanggaran kepercayaan. Sebuah organisasi adalah kepercayaan dari orang-orang yang memilikinya dan bagi mereka yang bekerja di dalamnya. Menjaga janji dan amanah adalah kewajiban moral bagi setiap muslim. Rasa kepercayaan dalam suatu organisasi akan menciptakan budaya *trustfulness* dan kerja sama antara karyawan dan manajer. Dalam ukhuwah, tak pelak kepercayaan merupakan aspek fundamental dalam menyokong keberlangsungan dan kekokohan jalinan ukhuwah Islamiyah.<sup>34</sup>

Menurut Yousafzai et al, faktor-faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu:<sup>35</sup>

1. Kemampuan (*Ability*), dalam hal ini kemampuan pihak bank dalam menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Sehingga nasabah merasa puas dan aman pada saat melakukan transaksi.
2. Kebaikan hati (*Benevolence*), kebaikan hati merupakan kemauan dari pihak bank dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen.

---

<sup>34</sup> Mohammad Shadiq, *Memahami Spiritual Capital dalam Organisasi Bisnis Melalui Perspektif Islam*, Jurnal Akuntansi Multiparadigma Vol. 4, Nomor 2, 2013, hlm 68-81

<sup>35</sup> | Gede Yogi Pramana dan Ni Made Rastini, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali*, Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Vol. 5 No. 1, 2016, hlm 155-167

3. Integritas (*Integrity*), integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan pihak bank dalam memberikan informasi kepada nasabah sesuai dengan fakta.

Menurut Doney dan Cannon dikutip oleh Kusmayadi bahwa terdapat empat indikator dalam variabel kepercayaan yaitu:<sup>36</sup>

- 1 Kehandalan

Kehandalan adalah setiap pegawai memiliki kemampuan yang handal, mengetahui mengenai seluk beluk prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga member dampak positif atas pelayanan tersebut.

- 2 Kejujuran

Kejujuran merupakan sikap karyawan ketika berhadapan dengan nasabah untuk menceritakan kejadian atau pun fenomena tertentu tanpa ada perubahan/modifikasi sedikit pun atau benar-benar sesuai dengan realita yang terjadi.

- 3 Kepedulian

Kepedulian merupakan sikap dan tindakan memerhatikan keadaan ekonomi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

- 4 Kredibilitas

---

<sup>36</sup> Khusnul Khotimah, *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung pada Kantor Cabang Utama PT. Bank Pembangunan Daerah Papua di Jayapura*, (Jayapura: Skripsi tidak diterbitkan, 2015), hlm. 5.

Kredibilitas adalah kualitas, kapabilitas atau kekuatan untuk menimbulkan kepercayaan. Kredibilitas berarti bahwa karyawan jujur dan kata-katanya dapat dipercaya. Kredibilitas dapat ditunjukkan dengan kata-kata “saya dapat mempercayai apa yang dikatakan mengenai....”

#### **D. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai acuan dan pendukung untuk melakukan penelitian ini. Penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dan pendukung adalah penelitian dengan salah satu atau lebih variabel yang sama dengan penelitian ini. Adapun penelitian yang sama serta pernah diteliti sebelumnya yang menjadi bahan acuan dalam penyusunan skripsi ini, sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Wong,<sup>37</sup> dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *ability*, *benevolence*, dan *integrity* terhadap *trust*, serta implikasinya terhadap partisipasi pelanggan e-commerce: studi kasus pada pelanggan e-commerce di UBM. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh bahwa variabel *ability* mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap variabel *trust* sebesar 0.07 dengan tvalue 0.74. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *benevolence* memiliki pengaruh positif secara langsung terhadap variabel *trust* sebesar 0.00 dengan nilai t-value 0.96. Pengaruh *benevolence* tidak signifikan. Variabel *integrity* memiliki pengaruh positif secara langsung terhadap variabel *trust* sebesar

---

<sup>37</sup> David Wong, *Pengaruh Ability Benevolence dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Pelanggan E-Commerce : Studi Kasus Pada Pelanggan E-Commerce Di UBM*, Jurnal UBM Vol.2, No.2, Juni 2017

0.51 dengan t-value 4.06. Pengaruh integrity signifikan. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sedangkan alat analisis yang digunakan adalah t-test, partial least squares (PLS) dan linear structured relationship (LISREL). Sementara persamaan pada penelitian saya adalah penggunaan variabel integritas (independen) dan variabel kepercayaan (dependen) terfokus pada para nasabah dari BMT Pahlawan Gondang Tulungagung. Perbedaan pada metode penelitian terletak pada tidak terdapatnya variabel penelitian benevolence dan ability. Pada penelitian saya tidak menggunakan teknik uji partial least squares (PLS) dan linear structured relationship (LISREL)

Penelitian selanjutnya adalah penelitian Iskamto<sup>38</sup>, bertujuan untuk menganalisis peran religiusitas terhadap kepercayaan kepada perbankan syariah. Hasil pengolahan data diperoleh bahwa pengujian hipotesis dengan uji t terdapat adanya t-hitung sebesar 1,143 berarti  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel} = 0,1630$  yang berarti religiusitas berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan kepada Bank Syariah. Pada penelitian ini menggunakan teknik *incidental sampling*. Pengisian kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert. Pada penelitian saya penggunaan variabel religiusitas sebagai variabel X1 dan kepercayaan sebagai variabel Y. Serta tambahan penggunaan variabel X2 yakni integritas yang secara bersama sama akan mempengaruhi tingkat kepercayaan nasabah di BMT Pahlawan Gondang Tulungagung. Bila pada penelitian Iskamto bersifat menyeluruh

---

<sup>38</sup> Dedi Iskamto dan Yulihardi, *Analisis Peranan Religiusitas Terhadap Kepercayaan Kepada Perbankan Syariah*, Jurnal Kajian Ekonomi Islam Vol. 2, No 2. Febuari 2017



pada Bank Syariah, maka penelitian saya terfokus pada nasabah BMT Pahlawan Gondang Tulungagung.

Selanjutnya penelitian oleh Halik<sup>39</sup>, mengenai pengaruh bauran pemasaran jasa kualitas layanan dan nilai religiusitas terhadap kepercayaan nasabah dan implikasinya pada komitmen nasabah Bank Umum Syariah wilayah Gerbang Kertasusila Jawa Timur. Dalam penelitian Halik, Bauran pemasaran jasa berpengaruh positif dan signifikan pada kepercayaan secara langsung dengan 0,040 probability. Kualitas layanan memengaruhi secara positif dan nyata terhadap kepercayaan nasabah, sehingga kualitas layanan yang memadai akan menumbuhkan kepercayaan nasabah dengan 0,024 probability. Pengaruh nilai religiusitas pada kepercayaan nasabah menunjukkan positif dan signifikan dengan 0,000 probability, berarti nilai religiusitas melalui dimensinya dapat digunakan sebagai dasar untuk membuat kebijakan di bank syariah. hipotesis dengan hasil pengaruh positif terhadap komitmen nasabah melalui variabel intervening kepercayaan nasabah, dan hanya bauran pemasaran jasa yang signifikan, sedangkan kualitas layanan dan nilai religiusitas secara langsung tidak signifikan.

---

<sup>39</sup> Abdul Halik, *Pengaruh Bauran Pemasaan Jasa, Kualitas Layanan Dan Nilai Reigiusitas Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Implikasinya Pada Komitmen Nasabah Bank Umum Syariah Wilayah Gerbang Kertasusila Jawa Timur*, Jurnal Hasil Penelitian Surabaya Vol. 01, No. 01, Maret 2016

Penelitian terdahulu selanjutnya adalah penelitian Amany<sup>40</sup>, pengaruh kebaikhatian, integritas dan kompetensi dan kepercayaan antar rekan kerja. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa tingkat kepercayaan antar karyawan di Hotel Inna Garuda Yogyakarta tergolong di atas rata-rata. Penelitian dilakukan pada 63 karyawan dengan tingkat kompetensi, kebaikhatian, dan integritas terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan antar rekan kerja. Kompetensi memiliki pengaruh paling besar diantara variabel lainnya. Optimalisasi kepercayaan antar rekan kerja dapat dilakukan dengan memprioritaskan intervensi kompetensi.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Wissan<sup>41</sup>, meneliti mengenai pengaruh matra kepercayaan terhadap partisipasi pelanggan e-banking di Bandar Lampung. Hasil penelitian menunjukkan variabel yang memiliki pengaruh langsung terbesar terhadap variabel kepercayaan (*trust*) adalah variabel integritas (*integrity*), yaitu sebesar 0,518. Variabel yang memiliki pengaruh langsung terbesar terhadap variabel partisipasi (*participation*) adalah variabel kepercayaan (*trust*), yaitu sebesar 0,562. Pengujian dilakukan dengan menggunakan Analisis SEM (*Structural Equation Model*) Kesamaan dalam penelitian ini adalah adanya variabel integritas sebagai variabel independen yang mempengaruhi variabel kepercayaan sebagai variabel dependen. Perbedaan metode penelitian

---

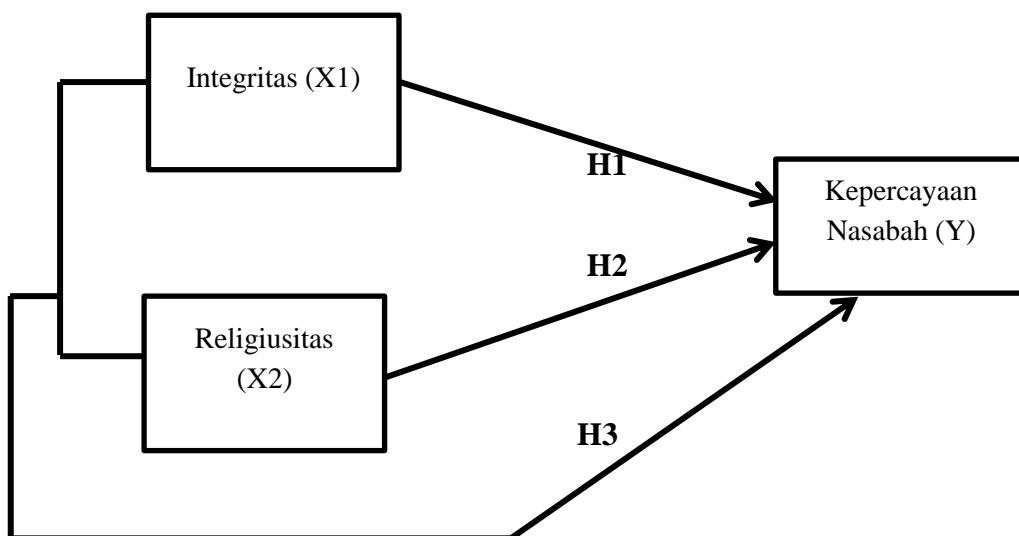
<sup>40</sup> Dyla Nur Amaany, *Pengaruh Kebaikhatian, Integritas dan Kompetensi terhadap Kepercayaan Antar Rekan Kerja Di di Hotel Inna Garuda*, (Yogyakarta: Skripsi tidak diterbitkan, 2012)

<sup>41</sup> Feniance Wissan, *Analisis Pengaruh Matra Kepercayaan Terhadap Partisipasi Pelanggan E Banking Di Bandar Lampung*, (Lampung: Skripsi tidak diterbitkan, 2014)

terletak pada variabel penelitian, pada penelitian saya terdapat variabel religiusitas dan variabel integritas. Pengujian menggunakan skala likert terfokus pada nasabah di BMT Pahlawan Gondang Tulungagung.

### E. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



### F. Hipotesis Penelitian

H1: Integritas seorang karyawan terhadap nasabah berpengaruh pada kepercayaan nasabah di BMT Pahlawan Gondang Tulungagung

H2: Religiusitas seorang karyawan memberikan pengaruh terhadap kepercayaan nasabah di BMT Pahlawan Gondang Tulungagung.

H3: *Integritas dan religiusitas* secara simultan memberikan pengaruh terhadap kepercayaan nasabah BMT Pahlwan Gondang Tulungagung.